

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

18 de diciembre de 2024



HOY ES NOTICIA:

El aceite de oliva se desploma y cae ya por debajo de los 4 euros en origen.

El precio de los alimentos da un respiro en 2024 camino de recuperar su IVA habitual.

El Consejo Europeo aprueba formalmente el reglamento sobre envases y residuos de envases.

Italia importará el 75% del aceite que necesita para abastecerse.

Claves del mercado del aceite de oliva en México.

Jornadas y Eventos

19 diciembre 2024. La Climatología: el nuevo orden de la cadena de valor y el reparto entre los distintos eslabones.

20 diciembre 2024. Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola, 2024.



El aceite de oliva se desploma y cae ya por debajo de los 4 euros en origen

- Cooperativas explica que agricultores a título individual están vendiendo para aprovechar la estela de precios altos de la pasada campaña.
- En un año la cotización se ha reducido a menos de la mitad.

El precio del aceite de oliva se desploma ya por debajo de los 4 euros en origen. Según el Poolred, sistema de referencia de precios, la media de las operaciones de las distintas categorías (virgen extra y lampante) está en 3,7 euros por kilo durante la semana del 11 al 17 de diciembre, con operaciones de apenas 5.000 toneladas registradas. Apenas una semana antes, el 5 de diciembre, la noticia estaba en que bajaba de los 5 euros, la línea roja que el sector productor había fijado como una cotización razonable y buena para todos los eslabones de la cadena de valor, del productor al consumidor final.

El Observatorio de Precios de **INFAOLIVA**, tomando como referencia operaciones reportadas por agentes comerciales colegiados, señala con fecha de ayer cotizaciones más bajas aún, de entre 3,5 y 3,2 euros por kilo.

El desplome es más apreciable si se tiene en cuenta que a principios de año los precios en origen estaban entre 8,7 del virgen extra y los 8,2 del lampante. En abril, ya con perspectivas de una cosecha media o media alta tras las lluvias de primavera, y tras un trimestre de caída suave, los precios estaban entre los 7 y los 6,4 euros el kilo. En octubre, con el mercado tensionado por la escasez de producto, hubo un repunte hasta los 7,20-6,80. Y desde entonces, caída libre acentuada desde que a finales de noviembre entraron al mercado cantidades significativas de aceite nuevo de la cosecha en marcha.

Cooperativas

Cooperativas Agro-alimentarias de España ha emitido un comunicado en el que señala que "hay un gran número de agricultores que están tomando la decisión individual de venta de su aceite. En un contexto de incertidumbre y caída de precios, la tendencia natural de estos agricultores es vender cuanto antes para intentar beneficiarse de los precios antes de que bajen, lo que provoca que los compradores ante esa oferta masiva retrasen sus compras y baje el precio, tal y como está pasando, y en esos movimientos no están participando las cooperativas".

Las cooperativas señalan que la decisión de venta de muchos agricultores a título de particular, se suma "la disponibilidad de 200.000 toneladas de aceite en Portugal, en su gran mayoría producido



en cultivo superintensivo y que juegan en el mercado español a todos los efectos, las 520.000 toneladas que se producen en España fuera de las cooperativas unido a las 100.000 toneladas que se importan de otros orígenes", por lo que señalar a las cooperativas "es absolutamente ridículo", en referencia a mensajes contra las cooperativas lanzadas desde UPA (UGT).

Sin justificación

Los cooperativistas indican que la evolución drástica del mercado a la baja en las últimas semanas "carece de justificación si se analizan los datos disponibles a 30 de noviembre, llegando a límites de precio en estos momentos que están por debajo de la rentabilidad de las explotaciones de un gran número de nuestros socios productores y que no podemos asumir como cooperativas".

La organización insiste en que no hay razones objetivas que expliquen la escalada. "Las existencias a 30 de noviembre de 321.150 toneladas son las más bajas desde la campaña 2018/19, inferiores en 57.751 toneladas a la de estas mismas fechas el año pasado; los rendimientos industriales de la aceituna recogida hasta la fecha se sitúan entre el 15 y el 17%, muy por debajo de la media de rendimiento con los que se han calculado los aforos, con lo que cabría esperar una menor cosecha de la estimada. No ha llovido durante el mes de noviembre y las previsiones apuntan a que no lo va a hacer en lo que queda de diciembre, lo que va a provocar que los árboles queden en malas condiciones para la próxima campaña sumado a la vecería natural del olivo. A ello hay que añadir que países netamente compradores como Italia tienen cosechas cortas y van a tener que salir a comprar obligatoriamente".

"Ante esta situación, el Consejo Sectorial de Aceite de Oliva hace un llamamiento a la responsabilidad y prudencia en los mensajes que se difunden sobre el mercado. Es necesario evitar actuaciones interesadas y los movimientos de agricultores individuales para no condicionar el mercado que muestra claros síntomas de tensión de disponibilidad de producto. Desde Cooperativas Agro-alimentarias de España defendemos que la mejor herramienta para ordenar la oferta y garantizar un precio justo es la integración de los agricultores en cooperativas. Estas estructuras de comercialización concentran la oferta, aumentan el poder de negociación y aseguran que los beneficios empresariales redunden directamente en las liquidaciones de sus socios y socias", aseguran.

Según el aforo estimado por el Ministerio de Agricultura, en España se esperan 1,2 millones de toneladas de aceite, de las que un millón largo corresponden a la producción andaluza. Los agricultores de esta comunidad, donde el olivar es clave para la economía de más de 300 municipios, serán los principales perjudicados por la caída de los precios.

Fuente: [El Economista](#)



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

kes.kubota-eu.com / @kubotaspain / #kubota

For Earth, For Life Kubota



El precio de los alimentos da un respiro en 2024 camino de recuperar su IVA habitual

Hacer la compra es un 1,7 % más caro que hace un año, el dato más bajo de inflación alimentaria desde hace tres ejercicios y con el que el gran consumo despide un 2024 de tránsito hacia la normalidad: la rebaja del IVA de los alimentos básicos pasará a la historia en 2025.

Ya en octubre se recuperó parte de la tasa que se había suprimido a inicios de 2023 para paliar la histórica subida de la cesta de la compra -que llegó a repuntar hasta el 16,6 %, en febrero de 2023-, y los alimentos básicos subieron al 2 % (desde el 0 %) y la pasta y los aceite de semillas de 5 % al 7,5 %.

El 1 de enero de 2025 se prevé que los básicos suban al 5 % y las pastas y los aceites de semillas, al 10 %.

Mención aparte merece el aceite de oliva, un alimento cuyos precios han estado especialmente impactados por dos cosechas sucesivas cortas.

El último dato del Índice de Precios al Consumo (IPC) de noviembre reflejó una caída de precio del aceite de oliva del 3,7 % en su tasa anual, en contraste con la subida del 66,7 % que registró en el mismo mes de 2023.

Sumado a los temores de los productores por el comportamiento de la nueva campaña, el aceite de oliva estrenará el 2025 una nueva categoría de IVA, del 4 %, al ser considerado del grupo de alimentos básicos, en lugar del 10 % al que tributaba antes de la rebaja del 2023 y al que siguen perteneciendo otros alimentos como carnes y pescados.

Además de los datos del IPC, los analistas y las administraciones detectan una relajación en la subida de precios en este 2024, en el que no han cambiado -de momento- muchos de los hábitos de los consumidores para controlar su gasto.

La última reunión del Observatorio de la cadena alimentaria - un órgano colegiado del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para optimizar el funcionamiento de la cadena alimentaria-, concluyó que el incremento en gasto de alimentación en 2024 está siendo inferior a la inflación.

Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO
oleícola**jaén**

Av. Vilches, KM 3.5 - La Carolina (Jaén)
(+34) 953 68 08 15 - bioland@grupooleicolajaen.com



Con datos de la consultora Kantar, el Observatorio también constató cómo los incrementos de precios se ralentizan semanalmente en este ejercicio, incluso con semanas de bajadas durante el verano.

La estabilidad llama a la puerta del gran consumo

Los analistas detectan cierta estabilidad después de años de vaivenes y comportamientos extraordinarios en el sector alimentario, de tradición estable pero alterado en los últimos tiempos por motivos exógenos como las compras de acopio en la pandemia o la subida de los costes de producción y, por ende, de los precios, como consecuencia de guerra en Ucrania.

El director de perspectivas del consumidor -Consumer Insights Consulting- de Kantar Worldpanel, César Valencoso, señala a Efeagro que el mercado vuelve a estar "mucho más reconocible y fácil de interpretar", con la relajación de la inflación.

Con esta estabilidad y sin prever nuevos "cambios bruscos", los actores de la cadena de valor del gran consumo han iniciado en 2024 un nuevo ciclo en el que han recuperado sus comportamientos habituales.

"La gran batalla pasa de ser una lucha contra la inflación (cuánto puede repercutir en precio y cómo te castiga los márgenes) a la competición entre diferentes marcas o entre los fabricantes y la distribución", apunta Valencoso.

Para la directora general de NIQ para Iberia, Patricia Daimiel, "los precios suben en menor medida, pero es una subida acumulada" a la de los años anteriores, por lo que hay "una serie de hábitos del consumidor que no se van a olvidar tan pronto".

De hecho, según sus datos, los precios de la alimentación siguen siendo muy importantes para el 33 % de los consumidores, por lo que persistirá la racionalización de las compras, la búsqueda activa de promociones y la apuesta por la marca de distribución, cuyo desarrollo es otro efecto colateral de la crisis inflacionaria y supone el 50 % de la compra.

De cara a 2025, este escenario de normalidad puede verse afectado por la situación internacional si se adoptan nuevas medidas proteccionistas pero "el PIB y la economía está aguantando, y lo más importante de todo para el consumo, el empleo", concluye.

Fuente: [Efeagro](#)



El Consejo Europeo aprueba formalmente el reglamento sobre envases y residuos de envases

El **Consejo Europeo** ha adoptado formalmente el reglamento sobre envases y residuos de envases. Las nuevas normas reducirán significativamente la generación de residuos de envases al establecer objetivos vinculantes de reutilización, restringir determinados tipos de envases de un sólo uso y exigir a los operadores económicos que minimicen los envases utilizados. El reglamento abarca todo el ciclo de vida de los envases.

Las nuevas normas incluyen, entre otros, los siguientes requisitos para los envases:

- Objetivos para 2030 y 2040 de un porcentaje mínimo de contenido reciclado (hasta el 65% para botellas de plástico de un solo uso para 2040).
- Minimizar el peso y el volumen del embalaje y evitar embalajes innecesarios.
- Minimizar las sustancias preocupantes, incluida la restricción de la comercialización de envases en contacto con alimentos que contengan sustancias perfluoradas y polifluoradas (PFAS) si superan determinados umbrales.

Los requisitos de etiquetado, marcado e información (por ejemplo, sobre la composición del material o el contenido reciclado) deberían facilitar la clasificación y la elección por parte de los consumidores.

Envases de plástico de un sólo uso

- Las nuevas normas introducen restricciones a los envases de plástico de un solo uso para:
- Frutas y verduras preenvasadas de menos de 1,5 kg.
- Alimentos y bebidas envasados y consumidos en hoteles, bares y restaurantes.
- Porciones individuales de condimentos, salsas, crema de leche y azúcar en hoteles, bares y restaurantes.
- Pequeños productos cosméticos y de tocador de un sólo uso utilizados en el sector del alojamiento (por ejemplo, botellas de champú o loción corporal).
- Bolsas de plástico muy ligeras (por ejemplo, las que se venden en los mercados para comprar alimentos a granel).



Objetivos de reutilización y obligaciones de reposición

El reglamento establece nuevos objetivos vinculantes de reutilización para 2030 y objetivos indicativos para 2040. Los objetivos varían en función del tipo de envase utilizado por los operadores (por ejemplo, objetivos vinculantes del 40% para los envases de transporte y venta y del 10% para los envases agrupados).

Según la nueva normativa, los negocios de comida para llevar tendrán que ofrecer a los clientes la posibilidad de llevar sus propios recipientes para llenarlos con bebidas frías o calientes o comida preparada, sin coste adicional.

La adopción formal por parte del Consejo supone el último paso del procedimiento legislativo ordinario. El reglamento se publicará ahora en el Diario Oficial de la UE, aplicándose 18 meses después de la fecha de entrada en vigor.

Fuente: [Mercacei](#)

Italia importará el 75% del aceite que necesita para abastecerse

La caída de la producción de aceite de oliva en Italia le obligará a importar hasta el 75% del aceite que necesita para abastecer a su mercado. Así lo ha confirmado el director general de Assitol, Andrea Carrassi, dada la escasa producción que se dará en el sur del país, que no se verá compensada la buena producción registrada en el centro y norte, según publica Olivo News.

Las previsiones de esta asociación apuntan a una producción de 200.000 toneladas de aceite de oliva para la actual campaña, frente a las 330.000 de la anterior, lo cual, no permitirán cubrir las demandas de su mercado y, por lo tanto, se verá obligado a importar.

Estabilidad de precios

En cuanto a los precios, Assitol espera que se mantengan estables. “Las continuas promociones del gran comercio minorista, que ha estado durante mucho tiempo en la mira de Assitol, devaluaron el producto, tratándolo como cualquier otro básico y afectando a toda la cadena de suministro,



obligándola a operar sin una compensación justa, afirma Carrassi. Añade que “afortunadamente, la última campaña ha cambiado esta perspectiva, al menos en parte, por lo que debemos aprender del año pasado y trabajar para garantizar que el aceite de oliva finalmente reciba el reconocimiento que merece, evitando la proliferación de grandes descuentos”.

Calidad

Respecto a la calidad del producto, “reiteramos que el nuestro es uno de los sectores más vigilados, continuamente bajo la atención de las autoridades competentes, a quienes agradecemos su arduo trabajo, y de las propias empresas, que realizan estrictos controles sobre la autenticidad de los productos terminados”, concluye el responsable de Assitol.

Fuente: [Olimerca](#)

Claves del mercado del aceite de oliva en México

Según un estudio de [ICEX España Exportación e Inversiones](#), en los próximos años se espera que el consumo de aceite de oliva mantenga una tendencia creciente en México. El estudio subraya que la mayor preocupación por la salud por parte del consumidor mexicano aumenta las expectativas sobre el crecimiento en el consumo de este producto.

El aumento significativo de restaurantes especializados en cocina francesa, italiana y española, que promueven la Dieta Mediterránea, junto con un robusto desarrollo del sector turístico y hotelero frecuentado por extranjeros y la clase alta mexicana, está impulsando el uso y consumo de aceite de oliva en México. Actualmente, hay un creciente interés en las propiedades saludables del aceite de oliva y se estima que a medida que el consumidor sea más consciente de la necesidad de una alimentación sana, este producto pasará a estar más presente en la dieta mexicana.

Según los datos del estudio, en el año 2023 se ha alcanzado el máximo histórico de importaciones de aceite de oliva en valor. No obstante, se observa una caída en el volumen de importación en 2022 y 2023, como consecuencia de las malas cosechas en Europa de los últimos años. Pese a ello, el valor importado ha crecido debido a la gran subida en los precios del aceite de oliva a nivel global. España mantiene un liderazgo total en valor y volumen, con cuotas históricas entre el 80 y el 90%, mientras que Italia se sitúa entre el 5 y el 15% de las importaciones.



Por la desigualdad de renta y las características del aceite, se considera consumidor potencial al 30% de la población mexicana con mayor poder adquisitivo. El consumo de aceite de oliva es bajo (0,1 litros per cápita frente a 7,7 litros de aceite en general), lo que se debe a que el aceite de oliva no es un producto de consumo generalizado ni integrado en la gastronomía mexicana. Su uso se limita al consumo en crudo, si bien existe un creciente interés por sus características saludables y el aumento de restaurantes de cocina mediterránea.

En cuanto a la percepción del producto español, el informe recoge que el producto español destaca por su calidad, diseño y distinción. En el caso del aceite, la palabra “oliva” se percibe como de buena calidad y saludable, bien sea virgen extra o alguno de los demás aceites de oliva. Asimismo, abarcan un amplio espectro de precios, teniendo en cuenta que las marcas blancas son también de origen español. Pese a ello, el informe asegura que se debe tener en cuenta que, en cualquier caso, el aceite de oliva se considera un producto gourmet.

Sobre las perspectivas del sector, destaca la tendencia creciente y constante en las importaciones, con un incremento del 100% en valor en los últimos 10 años y posible aumento de la demanda por la percepción saludable del aceite de oliva, así como una mejora en el poder adquisitivo en parte de la población.

Finalmente, respecto a las oportunidades, el estudio apunta como claves: mercado muy maduro en cuanto a sus participantes pese a las perspectivas de crecimiento; marcas de aceite de oliva extra Premium enfocadas al canal retail; productos naturales y/o orgánicos, habiendo una perspectiva de crecimiento en el medio plazo; y continuar aprovechando la posición del producto español como líder en el mercado y su imagen como producto gourmet.

Fuente: [Mercacei](#)



LABORATORIO
unaproliva

LABORATORIOS UNAPROLIVA SOCIEDAD ANONIMA
NIF/CIF A-23319619
Domicilio: Pol.Ind.Los Olivares C/Mancha Real Parc 38 23009 JAEN
Telefono 953 240 530 Movil 601 430 255
Correo Electronico: Lab@laboratoriounaproliva.com
www.laboratoriounaproliva.com

Especializados en el análisis físico químico y organoléptico del Aceite de Oliva

NUESTRO COMPROMISO
EFICACIA Y RAPIDEZ